

Mercado de trabalho desafiador e promissor

Assim como todas as sociedades estão passando por mudanças constantes neste novo cenário de pandemia, tecnologia e incertezas, com o mercado de trabalho não é diferente

Todos os setores também vivem um novo momento de reinvenção, novas habilidades, necessidade de olhar das empresas para os funcionários e principalmente para um novo modelo de trabalhar: o híbrido.

De acordo com o coordenador e professor do curso de Gestão em RH da Braz Cubas, Antônio Carlos Lima, o futuro do trabalho é promissor e repleto de mudanças e tendências. "Uma vez que a população estará vacinada, mesmo com as variações do Coronavírus, suas reações afetarão menos as pessoas", reflete.

O especialista destaca que a pandemia trouxe tendências em algumas áreas do mundo do trabalho: o trabalho remoto.

"Este formato vinha sendo falado e usado por poucas empresas antes da chegada da Covid ao mundo, apesar de haver muitos tabus. O aprendizado na pandemia foi a evolução do trabalho remoto. Contudo, o contato interpessoal ainda é uma realidade e nos afeta profundamente. E de 2022 em diante eu acredito que o trabalho híbrido será a grande tendência nas nossas vidas".

Apesar disso, Antônio Carlos relembra que há diversas áreas em que o trabalho presencial é crucial para os negócios. "Em vista desse cenário, teremos mesmo uma multiplicidade de atividades de trabalho onde, dependendo de cada especialidade e necessidade, será optado por determi-



Apesar dos problemas, há diversas áreas em que o trabalho presencial é crucial para os negócios.

nado estilo de trabalho, podendo variar entre o presencial, remoto e híbrido", ressalta.

Com essas mudanças constantes, existem algumas tendências que os candidatos e empresas terão que aprender e ficar atentos. Segundo o professor de Recursos Humanos, os principais pontos de atenção para este ano são com a produtividade, relação interpessoal, velocidade de informação e de

produtos. "Estes serão a tônica do nosso dia a dia", assinala.

Para se preparar para essas mudanças e ter mais êxito no mercado de trabalho neste ano, o fator determinante será o conhecimento. "Assim como em toda e qualquer mudança, a preparação sempre será através de estudos e autoconhecimento. As pessoas deverão se qualificar sempre, o que torna imprescindíveis as

instituições educacionais à frente desse processo.

Vale destacar que mudanças sempre existirão em todas as áreas das nossas vidas, afinal, a evolução faz parte do nosso cotidiano, por isso, é importante sempre ir se atualizando conforme as novas tendências e transformações da sociedade para não ficar desatualizado diante das novas necessidades", explica o docente.

"Os principais desafios para as empresas nesta nova realidade serão no seu departamento de recursos humanos, que deverá ser cada vez mais atuante, tendo que recrutar colaboradores cada vez mais qualificados e promover cursos que evoluam e motivem seus funcionários para que possam ter maior produtividade e assertividade em seus cargos. Já para os trabalhadores, será necessário estarem sempre ávidos ao aprendizado, pois só assim poderão se alavancar aos melhores cargos nas corporações", orienta.

Por fim, o coordenador ressalta que o ano será promissor, mas que as pessoas e companhias terão que ficar atentas aos desafios. Conhecimentos atualizados e relacionados a diferentes áreas, como marketing, tecnologia ou finanças, se tornaram fundamentais para as empresas, que necessitam de profissionais mais capacitados para atender aos objetivos delas. - Fonte e outras informações: (www.brazcubas.br).

Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (*)

GWM: chinesa tem tudo para ser grande

Nem só de ambição se constrói uma marca. É preciso investir, planejar, ter bons produtos (aquilo que o consumidor deseja) e conquistar uma relação de confiança com esse público. Com essa receita, a Great Wall Motors, também conhecida pela sigla GWM, promete chacoalhar o mercado automotivo nacional.

Foi a primeira vez que a futura montadora, que ocupa as antigas instalações da Mercedes-Benz em Iracemápolis (SP) desde agosto passado, expôs seus planos. Com capital 100% privado, a companhia diz que vem ao Brasil montar a sua maior base de produção fora da China. Quer se tornar um centro de exportações para a América Latina e ajudar a desenvolver o mercado brasileiro, com tecnologia eletrificada e inteligente, em uma fábrica modernizada.

A linha de produtos, a partir do segundo semestre de 2023, será de SUVs das marcas Haval e Tank e picapes da Poer – híbridos e elétricos. Todos a partir de plataformas inteligentes de conectividade e eletrificação: modelos híbridos, híbridos plug-in e 100% elétricos.



Fabrica GWM em Iracemápolis.

Números robustos

Os números são atraentes. A operação brasileira receberá aporte de R\$ 10 bilhões, sendo 40% disso até 2025. Serão mais de 10 lançamentos até 2025, incluindo um SUV que chega importado ainda este ano, uma rede de 130 concessionárias em 112 cidades. Das linhas de montagem, sairão 100 mil unidades por ano, absorvendo 2 mil empregos diretos.

O que só a Toyota arriscou fazer no Brasil de forma mais contundente, com seus híbridos, a GWM quer tornar comum.

A companhia também cutuca a concorrência ao informar que estuda parcerias para uso de etanol como fonte de geração de hidrogênio em veículos com célula de combustível. A Nissan, que faz algo similar, só deve lançar isso após 2025.

Estratégia é ousada

A ideia é chegar forte: seus carros brasileiros, promete, terão recursos de conectividade 5G e sistemas semiautônomos de segurança Nível 2 de série, além de permitir o uso do comando por voz para controlar as funções do veículo, como fechar vidros ou abrir o teto solar.

Em um segundo momento, virá a linha Ora, uma marca premium só a bateria. Começa com importação e havendo demanda vai produzir por aqui. Poderá, assim, ser a pioneira na fabricação de automóveis elétricos no Brasil, em larga escala.

Diferentemente de outras chinesas, a GWM nasce nacional, não demonstra preocupação em investir, ter em sua liderança executivos com experiência na indústria local e apostar em tecnologias ainda timidamente oferecidas pelas concorrentes brasileiras.

Chinesa quer conquistar brasileiros

Trilhar um caminho diferente de outras conterrâneas pode ser um bom indicio. Afinal, foi assim que a Chery, nas mãos da Caoa, ganhou mercado, ao produzir SUVs completos e de melhor qualidade.

Até que inicie seus emplacamentos por aqui, a GWM pode ganhar tempo em relação à cisma que tradicionais consumidores brasileiros têm por carros chineses, com a chegada de elétricos da BYD, em estratégia ousada de importação.

E se tudo funcionar como planejado, quem sabe não sejam as chinesas, as propulsoras e incentivadoras de um novo momento em nossa indústria, acelerando as tradicionais montadoras de sua inércia?



Da esq., Pedro Bentancourt, CRO; Morio Ikeda, Executive Design Director; Koma Li, Chief Operating Officer; Victor Zhang, VP de Manufatura; Oswaldo Ramos, Chief Commercial Officer.

Audi do Brasil tem novo CEO

A Audi do Brasil anuncia Daniel Rojas como seu novo CEO e presidente. Com mais de 25 anos de experiência no setor automotivo, o executivo está no Grupo Audi desde 2015 e, no Brasil, desde 2019, quando assumiu a função de diretor de vendas da operação nacional. Ele sucede a Johannes Roscheck, que retorna para a Audi AG em Ingolstadt, na Alemanha, onde será responsável por controladoria e finanças corporativas de todo o Grupo Audi.

O executivo chileno tem entre as missões avançar com os planos de eletrificação da marca, evoluir os processos de digitalização, fortalecer a rede de concessionárias, além da consolidação da fabricação de veículos em São José dos Pinhais, no Paraná.

"A indústria vive um momento transformador em todo o mundo, em que os desafios são tão grandes quanto as oportunidades, e a Audi está assumindo cada vez mais seu papel de liderar a mobilidade sustentável", afirmou Rojas.



Daniel Rojas.

*Lucia Camargo Nunes é economista e jornalista especializada no setor automotivo. E-mail: lucia@viadigital.com.br

